

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مسائل روز مدیریتی و علمی در صنعت حلال

مترجمین:

دکتر انوشه شریفان

دانشیار دانشکده علوم کشاورزی و صنایع غذایی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر حامد اهری

دانشیار دانشکده علوم کشاورزی و صنایع غذایی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر شبنم حقان خواجه‌ای

استادیار دانشکده علوم کشاورزی و صنایع غذایی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر مهناز هاشمی روان

استادیار دانشکده کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ورامین پیشوا

دکتر سید امیرعلی انوار

استادیار دانشکده علوم تخصصی دامپزشکی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر بهروز جنت

دانشیار مرکز تحقیقات حلال جمهوری اسلامی ایران، سازمان غذا و دارو

عنوان و نام پدیدآور: مسائل روز مدیریتی و علمی در صنعت حلال / مولفین: [صحیح: ویراستاران] سلامه‌الدین محمد... [و دیگران]؛ مترجمین حامد اهری... [و دیگران].

مشخصات نشر: تهران: سازمان غذا و دارو، مرکز ملی تحقیقات حلال، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۶۳۱ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۶۷۷۱-۶-۲

وضعیت فهرست نویسی: فیا

مترجمین: حامد اهری، مهناز هاشمی‌روان، بهروز جنت، انوشه شریفان، شبنم حقیقت‌خواجوی، سیدامیرعلی انوار.

یادداشت: عنوان اصلی: Contemporary management and science issues in the halal industry : proceedings of the international malaysia halal conference (IMHALAL), 2019.

موضوع: مواد غذایی حلال-- صنعت و تجارت

موضوع: Halal food industry

موضوع: خدمات

موضوع: Service industries

موضوع: مواد غذایی - تکنولوژی زیستی

موضوع: Food -- Biotechnology

شناسه افزوده: حسن، فریده، ویراستار

شناسه افزوده: Hassan, Faridah

شناسه افزوده: اهری، حامد [ویراستار]، ۱۳۹۹ - مترجم

شناسه افزوده: سازمان غذا و دارو، مرکز ملی تحقیقات حلال جمهوری اسلامی ایران

رده بندی کنگره: ۶۴۰/۵

رده بندی دیویی: ۹۱۷۶۷/۳۸۱

شماره کتابشناسی ملی: ۱۷۹۰۳۵

انتشارات مرکز ملی تحقیقات حلال

نام کتاب: مسائل روز مدیریتی و علمی در صنعت حلال

مترجمین: دکتر حامد اهری، دکتر مهناز هاشمی‌روان، دکتر روز جنت، دکتر انوشه شریفان، دکتر شبنم حقیقت

خواجوی، دکتر سیدامیرعلی انوار

ناشر: مرکز ملی تحقیقات حلال

چاپ و صحافی: نقش نیاز

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹

تیراژ: ۲۰۰ جلد

قیمت: ۵۵۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۶۷۷۱-۶-۲

خرید الکترونیکی کتاب: <https://payment.halal.ac.ir>

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات مرکز ملی تحقیقات حلال بوده و چاپ و تکثیر، نسخه برداری و انتشار تمام یا بخشی از آن در قالب کتاب، جزوه، لوح فشرده یا سایت های اینترنتی ممنوع بوده و پیگرد قانونی دارد.

انتشارات مرکز ملی تحقیقات حلال : تهران - خیابان ولیعصر - بالاتر از میدان ولیعصر - کوچه دانش کیان - پلاک ۲۴ -

شماره تماس: ۸۸۹۰۹۰۳۳ شماره فاکس: ۸۸۹۰۸۵۸

فهرست

صفحه

عنوان

۱	فصل اول: کاربرد آیه‌های قرآنی در مد و نقاشی‌های مدرن اسلامی مالزی (مالایی).....
۱	چکیده.....
۲	۱-۱ پیش‌گفتار به تاریخچه از اسلام در مالزی.....
۴	۱-۱-۱ زمینه و مطالعه.....
۴	۱-۱-۲ خوشنویسی اسلامی.....
۵	۱-۱-۳ آیات قرآنی.....
۵	۱-۱-۴ هنر مدرن.....
۷	۱-۱-۴ مؤسسات حامی خوشنویسی اسلامی در مالزی.....
۸	۱-۲ بیان مسئله.....
۱۵	۱-۳ هدف و مقصود.....
۱۵	۱-۴ سؤالات تحقیق.....
۱۵	۱-۵ هدف مطالعه.....
۱۶	۱-۶ اهمیت تحقیق.....
۱۶	۱-۷ تحدید حدود.....
۱۷	۱-۸ مرور متون.....
۱۹	۱-۹ روش‌های تحقیق و چارچوب‌های تئوریک.....
۲۶	۱-۱۰ منابع.....

۲۹	فصل دوم: ابزار آنالیز وبسایت اجابت شریعت.....
۲۹	چکیده.....
۳۰	۲-۱ مقدمه.....
۳۰	۲-۲ کار مرتبط.....
۳۲	۲-۳ روش‌شناسی.....

- ۲-۴ نتایج و مباحثه ۳۵
- ۲-۵ استنتاج ۳۶
- ۲-۶ منابع ۳۶

فصل سوم: صنعتگران و تولیدکنندگان مسلمان (MIM) معرفی راهی جدید برای اجراء تجارت مسلمان به مسلمان برای صنعت حلال جهانی

- چکیده ۳۹
- ۳-۱ مقدمه ۴۰
- ۳-۱-۱ راهای حلال ۴۰
- ۳-۳ گرومی ۴۱
- ۳-۳-۱ مالزی ۴۱
- ۳-۳-۲ سایر کشورها ۴۲
- ۳-۴ تجارت مسلمان با مسلمان ۴۲
- ۳-۵ منابع ۴۴

فصل چهارم: بازیابی اعتماد مشتری توسط مرجع اعطای گواهی حلال

- چکیده ۴۵
- ۴-۱ مقدمه ۴۶
- ۴-۲ مرور متون ۴۶
- ۴-۲-۱ مروری بر موضوع حلال در مالزی ۴۶
- ۴-۲-۲ اعتماد مشتری ۴۸
- ۴-۲-۳ صداقت ۴۹
- ۴-۲-۴ خیرخواهی ۵۰
- ۴-۲-۵ شایستگی ۵۰
- ۴-۳ روش شناسی تحقیق ۵۱
- ۴-۴ نتایج ۵۲
- ۴-۵ بحث ۵۵
- ۴-۶ نتیجه گیری ۵۵

۵۶	۴-۷ محدودیت‌ها.....
۵۶	۴-۸ پیشنهادات.....
۵۶	۴-۹ منابع.....

فصل پنجم: اثر تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، دین و گواهی حلال بر میزان تحلیل خرید غذای حلال از رستوران‌ها توسط مشتریان در Subang Jaya.....

۵۹	چکیده.....
۶۰	۵-۱ مقدمه.....
۶۱	۵-۲ عوامل اثر: تمایل خرید غذای حلال.....
۶۲	۵-۳ روش‌شناسی.....
۶۳	۵-۴ یافته‌ها.....
۶۴	۵-۴-۱ آنالیز تکرار.....
۶۴	۵-۴-۲ آمار توصیفی.....
۶۵	۵-۴-۳ آنالیز همبستگی.....
۶۶	۵-۴-۴ آنالیز رگرسیون (مسلمان).....
۶۸	۵-۴-۵ آنالیز رگرسیون (غیرمسلمان).....
۶۸	۵-۵ مباحثه.....
۷۰	۵-۶ نتیجه‌گیری.....
۷۰	۵-۷ منابع.....

فصل ششم: اعتبار فاکتوریل (سازه‌ای) و مدل محاسبه‌ای رویکرد نمایش برای اقتباس دارایی اسلامی در بین غیر کاربران.....

۷۳	چکیده.....
۷۴	۶-۱ مقدمه.....
۷۵	۶-۲ مرور متون.....
۷۵	۶-۲-۱ مفهوم‌سازی سازه‌ها.....
۷۶	۶-۳ متدشناسی و طراحی تحقیق.....
۷۶	۶-۳-۱ طراحی ابزار.....

۷۷	۶-۳-۲ متد روش جمع آوری داده و اطلاعات
۷۷	۶-۴ نتایج
۷۷	۶-۴-۱ مشخصات آماری و تجاری پاسخ دهندگان
۷۸	۶-۴-۲ تحلیل عامل اکتشافی
۷۹	۶-۴-۳ تحلیل فاکتور تأییدی
۸۴	۶-۵ نتیجه گیری
۸۵	۶-۶ منابع
۸۷	فصل هفتم: عملیات استدلالی حلال در استاندارد MS2400
۸۷	مرور مرن
۸۸	۷-۱ مقدمه
۹۰	۷-۲ استدلال حلال
۹۱	۷-۳ عملیات استدلالی حلال
۹۴	۷-۳-۱ آلودگی ها
۹۵	۷-۳-۲ حمایت از استانداردهای مالزی
۹۷	۷-۴ خلاصه
۹۸	۷-۵ منابع
۱۰۱	فصل هشتم: ویژگی های کارآفرینی از جهات اسلامی و قرآنی
۱۰۱	چند بینش
۱۰۱	چکیده
۱۰۲	۸-۱ مقدمه
۱۰۳	۸-۲ جنبه های حکمفرما بر کارآفرینی
۱۰۳	۸-۲-۱ ذات کارآفرینی
۱۰۴	۸-۲-۲ ویژگی های کارآفرین
۱۰۶	۸-۲-۳ کارآفرینان به دنیا می آیند یا تربیت می شوند؟
۱۰۶	۸-۲-۴ ویژگی ها و مدیریت مکاتب فکری در کارآفرینی
۱۰۷	۸-۲-۵ بررسی و سنجش رویکرد صفات توسط مقالات

۸-۲-۶	کار آفرین بودن به چه معناست؟.....	۱۰۹
۸-۳	دیدگاه اسلامی درباره‌ی کار آفرینی.....	۱۱۱
۸-۴	ویژگی‌های کار آفرینی از هر دو جنبه.....	۱۱۳
۸-۴-۱	مطالعات بر روی ویژگی‌های کار آفرینی میان دانش‌آموزان.....	۱۱۵
۸-۵	نتیجه‌گیری.....	۱۱۷
۸-۶	منابع.....	۱۱۸

فصل نهم: صنعتگران و تولید کنندگان مسلمان - یک برنامه برای مشاغل مسلمان به مسلمان

بدون نیاز به	نوا برنامه حلال.....	۱۲۳
۱-۹	معرفی.....	۱۲۴
۲-۹	بازارهای حلال.....	۱۲۵
۳-۹	گواهینامه حلال.....	۱۲۶
۹-۳-۱	مالزی.....	۱۲۶
۹-۳-۲	کشورهای دیگر.....	۱۲۶
۹-۳-۳	مشاغل مسلمان به مسلمان.....	۱۲۷
۹-۴	منابع.....	۱۲۹

فصل دهم: بازاریابی ترکیبی محصولات تایلندی، محصولات فوری در اندونزی

چکیده.....	۱۳۱
۱-۱۰ معرفی.....	۱۳۲
۲-۱۰ بررسی نوشته‌ها.....	۱۳۳
۱۰-۳ مفهوم غذای حلال.....	۱۳۳
۱۰-۴ شرایط بازار جهانی حلال.....	۱۳۴
۵-۱۰ مفهوم و تئوری میکس بازاریابی.....	۱۳۴
۶-۱۰ روش تحقیق.....	۱۳۴
۷-۱۰ جمعیت و نمونه.....	۱۳۵
۸-۱۰ ابزارهای تحقیقاتی.....	۱۳۵
۹-۱۰ اعتبار و اعتماد.....	۱۳۶